

Territorio, memoria y percepción social del museo: reapropiación comunitaria en el caso del Museo del Calzado de Inca

Ana Francisca Ferrero Horrach¹

*Territory, memory and social perception of the museum: community
reappropriation in the case of the Inca Footwear Museum*

Introducción

En las últimas décadas, la institución museística ha tenido que enfrentarse a una pregunta cada vez más ineludible: para qué sirve hoy un museo y, sobre todo, para quién sirve. Si durante mucho tiempo pudo sostener su razón de ser sobre las funciones de conservación, investigación y exhibición, en el contexto contemporáneo esas funciones, siendo imprescindibles, ya no bastan por sí solas para justificar su relevancia social. La crisis del museo no debe entenderse únicamente como una crisis de modelos de gestión, de financiación o de actualización expositiva, sino también como una crisis de relación con la sociedad, de sentido y de reconocimiento público.

El presente artículo parte de una investigación previa más amplia y desarrolla, desde una perspectiva específica, una de las cuestiones que en ella fue adquiriendo mayor relevancia: la percepción social del museo y su relación con la memoria territorial y con los procesos de reapropiación simbólica comunitaria. En este sentido, la percepción social constituye una dimensión clave para comprender por qué determinadas instituciones museísticas logran consolidarse como espacios significativos en su entorno, mientras otras permanecen marcadas por la indiferencia, la desafección o incluso el rechazo. Esta cuestión resulta especialmente relevante si se tiene en cuenta que el museo arrastra históricamente una imagen sacralizada, elitista y distante, heredada de modelos tradicionales que lo han situado durante largo tiempo lejos de los intereses y de los códigos de comprensión del gran público (Falk & Dierking, 1992; Pérez Santos, 2000; 2001).

El caso analizado en este artículo es el de la transformación del Museo del Calzado y de la Industria de Inca tan solo siete años después de su inauguración: aunque fue creado con la voluntad de preservar y poner en valor la memoria industrial de una ciudad profundamente vinculada a la producción de calzado, el museo no fue inicialmente bien acogido por la comunidad. Muy al contrario, una parte de la población local lo percibió como el “cementerio” de un sector en crisis, asociado al cierre de fábricas, a la pérdida de empleos y a una herida emocional todavía abierta en muchas familias para las que el oficio formaba parte de su identidad local. A ello se sumaba una configuración institucional próxima a museologías

¹ Doutora em História da Arte pela Universitat de les Illes Balears. A sua investigação centra-se na Museologia Crítica, na Sociomuseologia, nos estudos de público e na transformação das instituições museológicas a partir da participação comunitária e da educação patrimonial. Desenvolve investigação aplicada no Museu do Calçado e da Indústria de Inca, do qual é diretora desde 2017. Professora associada da Universitat de les Illes Balears. <https://orcid.org/0000-0003-1547-3321>, ana.fhorrach@gmail.com

tradicionales, con una exposición centrada en los objetos, escasos recursos de mediación y una débil implicación de la comunidad en la definición de sus relatos.

Desde esta perspectiva, el interés del caso no radica solo en mostrar una experiencia de actualización museológica y museográfica, sino en analizar cómo la relación entre museo, territorio y memoria condiciona la legitimidad social de la institución. En el caso de Inca, el museo no puede entenderse como un simple contenedor patrimonial aislado de su entorno, sino como un espacio cuya significación depende en buena medida de la relación que establece con la comunidad, con sus memorias y con las tensiones simbólicas que atraviesan ese contexto. Precisamente por ello, el artículo se propone analizar la relación entre percepción social del museo, memoria territorial y reapropiación simbólica comunitaria a partir de este estudio de caso.

La hipótesis de partida es que la legitimidad del museo no depende únicamente de la calidad de sus contenidos, sino también de su capacidad para ser percibido como un espacio significativo por su comunidad. En este sentido, lo que el caso de Inca permite observar es que la percepción social del museo no constituye un dato fijo, sino una construcción dinámica, susceptible de transformarse cuando se activan procesos reales de participación, escucha y mediación. Así pues, el paso de la indiferencia al vínculo no remite solo a un cambio de imagen, sino a una reformulación más profunda de la relación entre museo, comunidad y territorio.

Marco teórico

Para comprender el alcance de la transformación del Museo del Calzado y de la Industria de Inca resulta necesario situarla en un proceso más amplio de revisión crítica de la institución museística, particularmente visible desde el último tercio del siglo XX. En ese contexto, la cuestión ya no es solo qué conserva, investiga o exhibe un museo, sino también qué lugar ocupa en la sociedad, cómo se relaciona con su comunidad y hasta qué punto justifica su relevancia social en el presente.

Este desplazamiento parte de una constatación bien conocida: durante largo tiempo, el museo heredó una imagen marcada por la sacralización del objeto, la autoridad unilateral del discurso experto y una cierta distancia respecto de los intereses y de los códigos de comprensión del gran público. En este sentido, la percepción del museo como espacio elitista, frío o alejado de la vida cotidiana no constituye una impresión anecdótica, sino el resultado de una tradición institucional prolongada (Falk & Dierking, 1992; Pérez Santos, 2000).

En ese marco deben situarse las corrientes museológicas que cuestionaron el paradigma tradicional. La Nueva Museología impulsó un primer desplazamiento al insistir en la democratización cultural y en la ampliación de la función social del museo. Posteriormente, la Museología Crítica profundizó en esa revisión al poner el acento en las relaciones de poder que atraviesan la institución y en la necesidad de revisar sus discursos. No obstante, será en la Sociomuseología donde la función social del museo y su servicio a la comunidad adquieran un sentido más decidido y estructural. Desde esta perspectiva, la participación del público no debe entenderse como un añadido, sino como una estrategia fundamental para construir instituciones centradas en las personas, relevantes en sus entornos y capaces de generar relatos más horizontales (Hernández, 2012; Pereira Leite, 2012; Navajas & González, 2018).

Ahora bien, para que esa orientación no quede reducida a una declaración de principios, resulta necesario dotarla de herramientas concretas de conocimiento e intervención. Es precisamente en este punto donde los estudios de público adquieren un papel central. Más que una herramienta auxiliar o estrictamente evaluativa, deben constituir un instrumento integrado en la vida del museo, capaz de orientar la planificación, la mediación y la toma de decisiones (Pérez Santos, 2000; Pérez Castellanos, 2016). Su interés radica en hacer visibles los imaginarios, expectativas, barreras y percepciones previas que condicionan la relación entre museo y sociedad. Precisamente por ello, resultan fundamentales para analizar la percepción social del museo, tanto desde la experiencia del visitante real como desde la distancia mantenida por el público potencial y el no público (Hood, 1983; Falk & Dierking, 1992; Pérez Santos, 2013).

Esta problemática adquiere una especial relevancia en el caso del Museo del Calzado y de la Industria de Inca. Aunque hacía décadas que en la ciudad se venía planteando la conveniencia de crear un museo dedicado a su industria más característica, la institución se inauguró finalmente en 2010, en un momento especialmente desfavorable, marcado por la crisis del sector, el cierre de fábricas y la pérdida de empleos. La idea del museo, en sí misma, no resultaba ajena ni necesariamente rechazada por la comunidad; lo problemático fue que su materialización coincidió con una coyuntura de fuerte desgaste económico y emocional, y que además se concretó en una propuesta museográfica de corte tradicional, centrada en los objetos, con escasos recursos de mediación, una débil articulación narrativa y sin contar con la participación de la comunidad. Cuando la investigación que ocupa este artículo se inició a finales de 2017, esa distancia entre museo y entorno era patente. El caso permite observar así hasta qué punto la recepción de una institución museística depende también de imaginarios colectivos, memorias compartidas y expectativas sociales que se construyen más allá de sus muros (Hood, 1983, Falk, 2012; Pérez Santos, 2013).

En este punto resulta imprescindible introducir la dimensión territorial. El ejemplo de Inca muestra con claridad que el museo no puede entenderse únicamente como un edificio o como un contenedor de objetos. Su sentido depende en buena medida de la relación que establece con una comunidad concreta y con una memoria industrial marcada por la experiencia de la crisis, del cierre de fábricas y de la pérdida de empleos. En este contexto, el patrimonio industrial del calzado no aparece como una realidad neutra, sino como un campo de significados atravesado por vínculos afectivos, tensiones sociales y experiencias compartidas. Más que un simple contexto externo, el territorio forma parte constitutiva del propio problema museológico: condiciona la percepción del museo, la recepción de sus relatos y la posibilidad de que la institución sea reconocida como un espacio legítimo por parte de su comunidad (Scaffidi, 2024; Rosa, 2024; Tenzer, 2024).

La memoria ocupa también un lugar central. No se trata solo de conservar objetos vinculados a una actividad productiva desaparecida o en transformación, sino también de atender a las huellas emocionales, identitarias y sociales que ese pasado ha dejado en la comunidad. En Inca, la industria del calzado formó parte de la construcción de la identidad local, de modo que su patrimonialización no podía desligarse de las experiencias vividas por quienes trabajaron en el sector o por quienes vieron desaparecer un horizonte económico y simbólico que había estructurado durante décadas la vida de la ciudad. Precisamente por ello, el modo en que ese pasado fue musealizado resultaba decisivo. La inauguración del museo en 2010 no estuvo acompañada por estudios de público, ni por procesos de participación comunitaria, ni por una implicación significativa del tejido asociativo local, de manera que la institución nació sin articular de forma efectiva un vínculo con las memorias y sensibilidades de su entorno. Esta cuestión resulta fundamental para comprender por qué el museo pudo ser percibido, en un primer momento, no como un espacio de homenaje o reconocimiento, sino como el recordatorio incómodo de una herida aún no cerrada (Cheng, 2024; Goluzha, 2025; Farashah, 2026; Carballo-Cruz, 2026).

Dentro de esta reflexión conviene subrayar otra característica particular del Museo del Calzado de Inca: se trata de un museo municipal y de escala local. Tal como señalan Santacana y Llonch (2008), los museos locales han ocupado durante mucho tiempo una posición secundaria dentro del sistema museístico, pero esa aparente marginalidad permite poner en valor su notable capacidad de transformación desde la proximidad al territorio. Precisamente por su escala, por su cercanía a la comunidad y por su inserción directa en contextos concretos, presentan unas condiciones especialmente fértiles para ensayar formas de participación, escucha y coproducción simbólica próximas a la Sociomuseología.

A la luz de todo ello, puede afirmarse que la crisis del museo contemporáneo no se resuelve únicamente mediante innovación museográfica, sino mediante una reconceptualización profunda de su función social, de su relación con los públicos y de su inscripción territorial. En el caso del Museo del Calzado y de la Industria de Inca, esa

reconceptualización permite pensar el museo no solo como lugar de conservación, sino también como espacio de mediación, escucha, memoria viva y construcción compartida de significados.

Metodología

La investigación en la que se basa este artículo se desarrolló entre 2017 y 2023 y se concibió como un estudio longitudinal centrado en la transformación del Museo del Calzado de Inca. Su planteamiento combinó una dimensión conceptual, destinada a situar el caso en el debate museológico contemporáneo, con un estudio de caso instrumental orientado a analizar el proceso de redefinición institucional a partir de documentación interna, hemeroteca y, de manera especialmente significativa, un estudio de público concebido como herramienta de conocimiento y transformación del museo. Su amplitud temporal permitió observar la evolución de la institución antes, durante y después de la implementación del nuevo proyecto museológico.

Desde el punto de vista metodológico, se optó por una estrategia mixta, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas. Esta elección respondía a la necesidad de captar una realidad compleja que no podía reducirse ni a datos estadísticos ni a testimonios aislados. En este sentido, la investigación se apoyó en un planteamiento próximo a la *Grounded Theory* y a la fenomenología, aplicando la triangulación de datos con el fin de relacionar patrones generales, experiencias vividas e interpretaciones cualitativas surgidas del trabajo de campo.

El proceso de transformación comenzó con una fase de diagnóstico inicial de la situación del museo a finales de 2017. Esta primera aproximación permitió detectar problemas estructurales en distintos ámbitos de la institución y se concretó en un análisis DAFO y en un plan de acción posterior. A partir de ese diagnóstico, se definió una estrategia de redefinición museológica desde los postulados de la Sociomuseología, orientada a revertir la desafección detectada en la relación entre el museo y su comunidad de referencia. Fue en ese marco donde los estudios de público y la participación comunitaria pasaron a concebirse como dos vías complementarias de intervención: no solo para conocer mejor a visitantes y no visitantes, sino también para incorporar las voces, memorias y expectativas de la comunidad en la reconceptualización del museo.

El estudio de público se articuló siguiendo la secuencia clásica de evaluación previa, formativa, correctiva y sumativa, en línea con los modelos desarrollados por Pérez Santos (2000) y Pérez Castellanos (2016). Esta estructura resultaba especialmente adecuada para un caso como el del Museo del Calzado de Inca, en el que no se trataba únicamente de valorar una exposición ya consolidada, sino de acompañar un proceso de transformación institucional sostenido en el tiempo. Además, las variables analizadas no se limitaron a dimensiones estrictamente educativas o informativas, sino que incluyeron aspectos cognitivos, emocionales y experienciales vinculados a la percepción del museo, a la experiencia de visita y a la relación con el entorno.

La fase de evaluación previa se diseñó atendiendo a tres grandes ámbitos de análisis: el personal del museo, el público potencial y el no público, y los visitantes presenciales. Para ello se seleccionaron distintas técnicas en función del tipo de información buscada y del perfil de los participantes. En el caso del personal del museo, se recurrió al *focus group*. En el caso del público potencial y del no público, se combinaron tres vías complementarias: un estudio piloto exploratorio realizado a pie de calle mediante muestreo por conveniencia, un sondeo telefónico elaborado a partir del padrón de Inca mediante muestreo aleatorio estratificado y varios grupos de discusión con participantes reclutados de la fase del sondeo telefónico (Figura 1). Finalmente, para los visitantes presenciales se utilizó una encuesta autoadministrada, aplicada en esta fase a partir de un muestreo aleatorio simple.

El estudio piloto sirvió como primera toma de contacto con la problemática de investigación y tuvo una doble finalidad: conocer de manera preliminar la popularidad del museo entre público potencial y no público, y comprobar el funcionamiento de las preguntas que

después se utilizarían en fases posteriores, especialmente en el sondeo telefónico y en otras encuestas. Por su parte, el sondeo telefónico permitió ampliar la base de análisis a partir de una muestra más extensa de la población local, mientras que los grupos de discusión aportaron información cualitativa especialmente valiosa para comprender los discursos, resistencias y expectativas de quienes mantenían una relación débil o inexistente con los museos.

Figura 1. Grupo de discusión con participantes de la comunidad durante la fase de evaluación previa del estudio



Nota. Sesión realizada en 2018 en el marco de la investigación sobre la transformación del Museo del Calzado y de la Industria de Inca. Fotografía de elaboración propia.

Un aspecto especialmente relevante de la metodología fue la atención prestada al público. Tal como ya planteó tempranamente Hood (1983), este sector constituye una vía fundamental para comprender las barreras que explican la distancia entre museo y sociedad. En el caso de Inca, su análisis se realizó filtrando las respuestas telefónicas de aquellas personas que declaraban una asistencia nula o muy escasa a museos y exposiciones. Esta estrategia permitió incorporar a la investigación no solo datos sobre consumo cultural, sino también experiencias reales de visita, deseos, incomodidades y formas de percibir la institución desde posiciones de distancia.

Tras la fase de diagnóstico inicial y la evaluación previa, se conceptualizó el nuevo proyecto museológico aplicando las conclusiones extraídas de esas primeras etapas del estudio. Ese proceso integró las necesidades detectadas acerca de cómo debía ser el nuevo museo. Para el diseño del nuevo concepto museológico se llevaron a cabo propuestas y talleres destinados a involucrar a la comunidad en la construcción del nuevo relato, tales como la catalogación colectiva de la colección (Figura 2), la grabación de relatos de vida y trabajo o una llamada colectiva para recibir fotografías personales vinculadas al oficio.

Figura 2. Proceso de catalogación participativa de útiles históricos del trabajo del calzado.



Nota. Sesión realizada en 2018 con la colaboración de personas vinculadas a la memoria industrial local, en el marco de la redefinición museológica del Museo del Calzado y de la Industria de Inca. Fotografía de elaboración propia.

Tras la creación de los primeros prototipos de recursos de mediación para la nueva exposición permanente, se llevó a cabo su evaluación formativa. Este estudio permitió obtener información relevante sobre las reacciones de los visitantes ante la propuesta de paneles, cartelas, imágenes y textos, haciendo posible su mejora antes de la ejecución definitiva (Figura 3).

Figura 3. Montaje de la nueva exposición permanente del Museo del Calzado y de la Industria de Inca.



Nota. Imagen del proceso de instalación museográfica desarrollado en 2018 tras la redefinición del proyecto expositivo. Fotografía de elaboración propia.

El nuevo proyecto museológico se inauguró el 30 de noviembre de 2018. A partir de ese momento, y ya en una etapa de post-reinauguración, se emprendieron las fases de evaluación correctiva y sumativa. La evaluación correctiva se orientó a valorar la efectividad de los cambios implementados una vez abierta al público la nueva exposición permanente, así como a detectar problemas y recoger datos de cara a posibles ajustes futuros. Posteriormente, la evaluación sumativa retomó varias de las técnicas empleadas en la evaluación previa, con el fin de hacer posible una comparación longitudinal y verificar la eficacia global del proyecto tras un periodo de funcionamiento del nuevo museo.

En esta última fase, el análisis se centró tanto en el público presencial como en el público potencial y el no público de la localidad, con objetivos tales como reevaluar la popularidad del museo, verificar si había mejorado la experiencia de visita, analizar si se había diversificado el perfil de los visitantes y comprobar si habían aumentado la fidelización, la recomendación y la visibilidad de la institución.

En definitiva, la metodología adoptada no fue solo un dispositivo de análisis, sino también una herramienta de transformación institucional, coherente con una práctica museológica orientada al servicio a la comunidad y a la construcción compartida de significado.

Resultados y discusión

De la indiferencia a la desafección: el problema inicial

Los resultados de la evaluación previa pusieron de manifiesto una desconexión profunda entre el museo y su comunidad de referencia. No se trataba únicamente de una institución escasamente visitada, sino de un espacio socialmente débil, con poca visibilidad pública y con una inserción muy limitada en la vida cotidiana del municipio. En los grupos de discusión y en las encuestas iniciales aparecieron con frecuencia respuestas que evidenciaban desconocimiento, falta de arraigo y ausencia de interés, hasta el punto de que algunas personas afirmaban pasar a diario por el edificio sin identificarlo siquiera como museo. Más allá de lo anecdótico, este tipo de percepción revelaba una carencia básica de reconocimiento institucional: el museo no era vivido como un lugar propio ni como un espacio significativo dentro del imaginario local.

Ahora bien, el problema no se reducía al desconocimiento. La investigación mostró que la institución estaba también asociada a una imagen marcadamente negativa, vinculada a la crisis del sector zapatero, a la forma en que este pasado había sido musealizado y a la imagen heredada del concepto museo como un lugar elitista. El museo de Inca fue percibido por parte de la población como una especie de “cementerio” de la industria: un recordatorio incómodo de un proceso de decadencia todavía próximo y emocionalmente no resuelto. En este punto, la percepción social del museo se entrelazaba de manera evidente con la memoria territorial: la desaparición de fábricas, la pérdida de empleo y el debilitamiento de un oficio central en la identidad local condicionaban profundamente la recepción del proyecto museístico. La distancia respecto del museo no podía leerse, por tanto, solo como apatía cultural, sino también como una respuesta afectiva y social ante una determinada forma de institucionalizar ese pasado.

A ello se sumaba una propuesta museográfica que contribuía a reforzar esa desconexión. Los resultados de la evaluación previa mostraron un discurso museográfico confuso, una exposición centrada en los objetos, recursos de mediación insuficientes, problemas de accesibilidad cognitiva y física, escasa señalización exterior y una relación difícil con la comunidad, agravada por la ausencia de contacto con asociaciones del entorno. Todo ello afectaba directamente a la experiencia de visita, generando desorientación, cansancio y dificultades de comprensión. En este sentido, se mostró con claridad que la desafección hacia el museo no era ajena a la forma en que este se presentaba, se explicaba y se hacía legible para sus públicos. El problema inicial no residía solo en qué se mostraba, sino en cómo se construía y comunicaba ese relato.

La transformación: participación, mediación y reconstrucción del relato

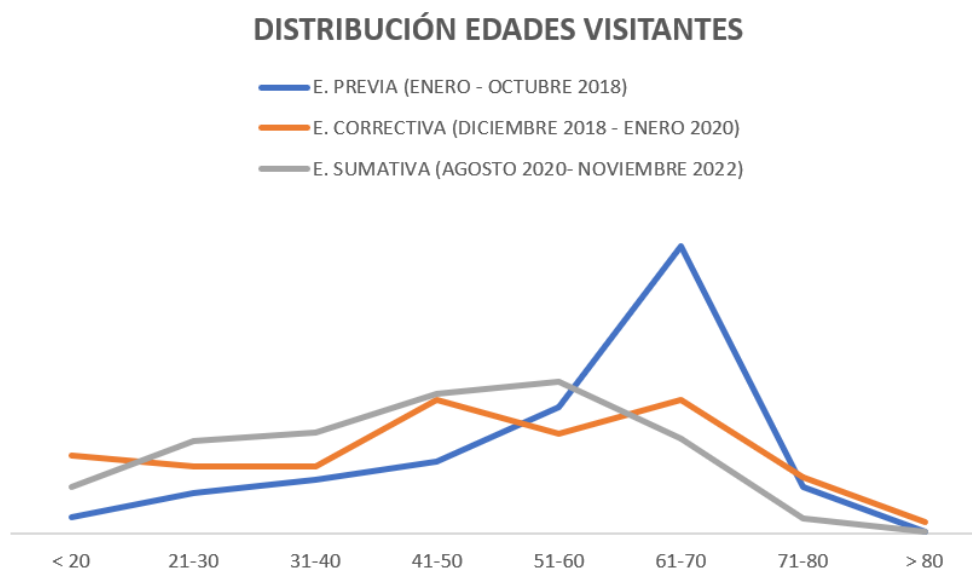
Los resultados muestran que la transformación no comenzó por una mera renovación formal, sino por un cambio en la lógica de construcción del museo. No se trataba solo de modificar contenidos, sino de repensar cómo se construían, comunicaban y validaban socialmente. El giro se tradujo en un nuevo proyecto museológico apoyado en la participación comunitaria, la recogida de testimonios de quienes habían vivido la historia del calzado en primera persona, la catalogación colectiva y la creación de recursos de mediación capaces de traducir los objetos en relatos comprensibles y emocionalmente significativos. De este modo, el museo dejó de presentarse como un depósito de piezas para empezar a operar como un espacio de memoria viva. Entre los cambios más significativos destacaron la incorporación de un memorial fotográfico dedicado a zapateros y zapateras, la humanización del relato industrial mediante rostros y nombres reales, y el diseño de programas educativos vinculados a colectivos diversos de la comunidad. Todo ello muestra que la mediación no fue un añadido ornamental, sino una condición para reconstruir el vínculo entre museo, memoria y territorio.

Percepción social y experiencia de visita tras los cambios

Uno de los resultados más relevantes del proceso fue el cambio en la percepción social del museo. Los grupos de discusión realizados tras la reinauguración muestran un desplazamiento claro: de un museo asociado sobre todo al recuerdo de un pasado industrial en decadencia, centrado en objetos y percibido como únicamente interesante para las personas mayores, se pasó a una institución entendida como más abierta, centrada en las personas y capaz de proyectar esa memoria hacia el presente e incluso hacia el futuro de la industria local. En este sentido, la transformación no afectó solo a la imagen del museo, sino también al horizonte de expectativas desde el que la comunidad lo interpretaba.

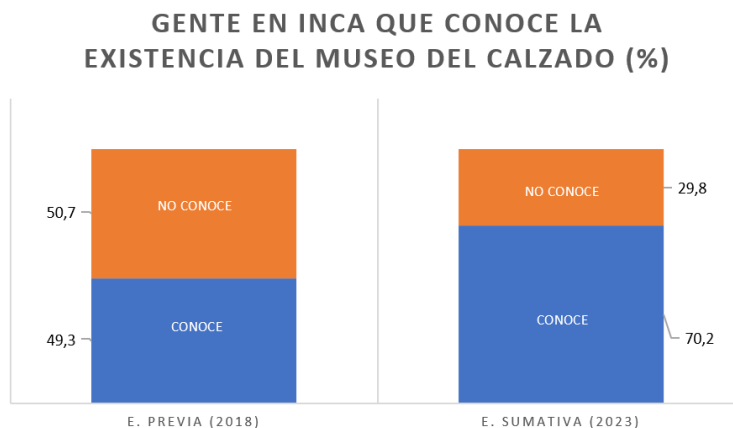
La popularidad del museo aumentó a lo largo del estudio, hasta el punto de que, a diferencia de en la evaluación previa, en la sumativa era ya mayoritariamente conocido, especialmente entre la población de la propia comunidad. También se aprecia una diversificación del perfil de visitantes, con un público más heterogéneo por edades (Figura 4) y con mayor presencia de personas del entorno inmediato, estudiantes y visitantes vinculados a la industria del calzado. En paralelo, el sondeo a pie de calle realizado en 2023 confirmó un incremento significativo del reconocimiento ciudadano respecto de años anteriores (Figura 5).

Figura 4. Evolución de la distribución por edades de los visitantes en las distintas fases de evaluación.



Nota. Comparación de la distribución etaria de los visitantes en la evaluación previa (enero-octubre de 2018), la evaluación correctiva (diciembre de 2018-enero de 2020) y la evaluación sumativa (agosto de 2020-noviembre de 2022). Elaboración propia.

Figura 5. Evolución del conocimiento de la existencia del Museo del Calzado entre la población de Inca (2018–2023).

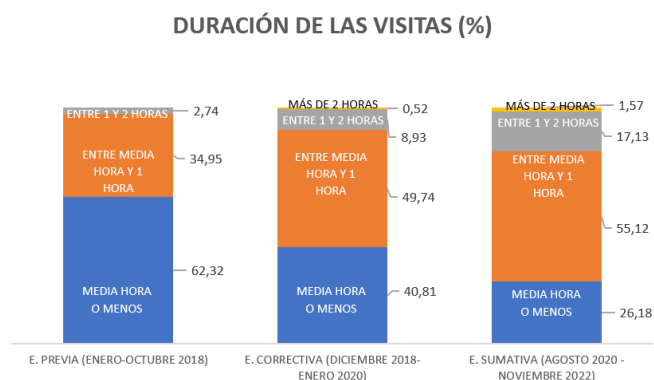


Nota. Comparación entre la evaluación previa (2018) y la evaluación sumativa (2023). Se observa un aumento del reconocimiento ciudadano del museo, del 49,3 % al 70,2 %. Elaboración propia.

En lo relativo a la experiencia de visita, la evaluación muestra un incremento claro del tiempo de permanencia en el museo (Figura 6), interpretado en la investigación como una mayor “atrapabilidad” de la exposición, así como una ligera tendencia a la fidelización. También aumentaron la valoración global y la disposición a recomendar la visita: de 4,93 sobre 7 en la evaluación previa a 6,34 en la sumativa, y de un 87,71% de recomendación a un 97,14%. Estos datos resultan especialmente significativos porque indican que la transformación no fue solo discursiva o simbólica, sino también experiencial.

Todo ello permite sostener que las visitas dejaron de estar marcadas por la confusión y el cansancio para hacerse más comprensibles, prolongadas y gratificantes. La mejora de la señalética, de los textos, de los recursos de mediación y del ambiente general de acogida contribuyó decisivamente a ese cambio. Se hace evidente, así, hasta qué punto la mediación y la hospitalidad museográfica influyen no solo en la calidad de la visita, sino también en la forma en que el museo es percibido y valorado socialmente.

Figura 6. Evolución de la duración de las visitas en las distintas fases de evaluación.



Nota. Comparación de la duración de la visita en la evaluación previa (enero-octubre de 2018), la evaluación correctiva (diciembre de 2018-enero de 2020) y la evaluación sumativa (agosto de 2020-noviembre de 2022). Los datos muestran un descenso de las visitas de media hora o menos y un incremento de las estancias más prolongadas. Elaboración propia.

Reapropiación simbólica, sociabilidad e impacto territorial

Uno de los aspectos más significativos del proceso fue que la transformación del museo generó nuevas formas de apropiación comunitaria. Los resultados muestran que el museo comenzó a funcionar cada vez más como un espacio relacional: aumentaron las visitas en compañía de amigos y familiares, así como las segundas visitas motivadas por el deseo de enseñar el museo a otras personas. En este sentido, la institución dejó de vivirse exclusivamente como una experiencia individual y puntual para empezar a insertarse en dinámicas de sociabilidad y recomendación compartida.

Este desplazamiento resulta especialmente relevante porque apunta a una transformación más profunda en la manera de habitar el museo. No se trata solo de que el público valorara mejor la exposición o prolongara el tiempo de permanencia, sino de que el museo empezara a ser percibido como un lugar de encuentro, de circulación de memorias y de diálogo entre experiencias distintas. La implicación de la comunidad en la redefinición de los relatos, en los recursos de mediación y en determinadas actividades educativas favoreció así una resignificación del museo como espacio compartido, no solo como lugar de conservación, sino también como ámbito de escucha, reconocimiento y reconstrucción simbólica.

La evaluación correctiva permitió observar, además, una ampliación de las expectativas comunitarias sobre el papel que el museo podía desempeñar en el presente. Una vez resueltas las carencias más básicas de información e interpretación, comenzaron a aparecer nuevas demandas —audioguías, tienda, cafetería—, junto con una percepción creciente del museo como motor cultural y económico, incluso vinculado a la reactivación de la industria del calzado. Este cambio resulta muy significativo, porque indica que la institución dejó de ser percibida únicamente como un resto del pasado para empezar a ser pensada como un agente con capacidad de incidencia en la vida actual del territorio.

En este punto, la categoría de reapropiación simbólica cobra pleno sentido. La legitimidad recuperada por el museo no fue el resultado de una operación externa de imagen, sino de una transformación interna capaz de modificar la relación entre memoria colectiva, narrativas institucionales y experiencias personales. El caso muestra, así, que la percepción social del museo no es fija porque tampoco lo son las relaciones entre patrimonio, memoria, afectos y territorio. Cuando la institución se abre a una escucha genuina y comparte la construcción del relato, puede convertirse en un dispositivo de cohesión social y de reconocimiento territorial.

Conclusiones

El análisis del Museo del Calzado y de la Industria de Inca permite extraer varias conclusiones que atañen tanto al caso estudiado como a cuestiones más amplias del debate museológico contemporáneo.

En primer lugar, se confirma que la crisis de legitimidad del museo no puede abordarse únicamente desde parámetros internos de gestión o desde mejoras expositivas aisladas. En el caso estudiado, el problema de partida afectaba a la percepción social de la institución: el museo era desconocido, distante o incluso rechazado porque aparecía asociado a una memoria dolorosa, a un modelo museográfico objetocéntrico y a una lógica institucional poco conectada con la comunidad.

En segundo lugar, el caso pone de manifiesto que la transformación museológica exige actuar sobre los modos de construcción y validación social del relato. Se trata de renovar contenidos y de modificar las condiciones de enunciación del museo, incorporando voces, afectos, memorias y experiencias antes ausentes. Es precisamente en este punto donde la sociomuseología práctica - como se decidió nombrar en el contexto de esta investigación esta metodología estructural integrando participación comunitaria y estudios de público-, se revela como un marco útil y operativo: no como una formulación abstracta, sino como una vía para resituar la función social del museo y reconstruir su relación con el territorio.

En tercer lugar y a colación de lo anterior, los estudios de público aparecen en esta investigación como una herramienta fundamental para la transformación institucional. Su valor no ha radicado solo en medir satisfacción o perfilar visitantes, sino en permitir detectar resistencias, barreras, imaginarios y expectativas, haciendo posible una intervención museológica más ajustada al entorno. Así pues, lejos de constituir una fase secundaria o meramente evaluativa, los estudios de público han funcionado como un instrumento de mediación entre museo y comunidad.

En cuarto lugar, la experiencia de Inca muestra que la reapropiación simbólica del museo puede entenderse como un proceso territorial. El museo se resignifica cuando deja de ser un espacio cerrado y sacralizado para convertirse en un territorio común, atravesado por memorias colectivas, relaciones sociales, diálogo intergeneracional y reconocimiento mutuo.

Por último, este estudio permite sostener que la percepción social del museo no es una variable periférica, sino una dimensión central para comprender su relevancia contemporánea. Cuando el museo escucha, media, comparte autoridad y se reconoce como institución al servicio de la comunidad, puede dejar atrás la indiferencia para convertirse en un espacio de vínculo, legitimidad y construcción colectiva de significados. Lejos de ser una simple experiencia local, el caso del Museo del Calzado de Inca ofrece una reflexión exportable a otros museos que buscan repensar críticamente su papel en el siglo XXI.

Referencias bibliográficas

- Carballo-Cruz, F., & Silva, L. F. (2026). Supporting the return of mining? The role of collective memory and perceived impacts in post-extractive communities. *Resources Policy*, 113, 105828. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2025.105828>
- Cheng, S. M., & Bowring, J. (2024). Rust, dust, smoke and smell: Memoryscapes for industrial heritage. *Heritage & Society*, 17(1), 1–26. <https://doi.org/10.1080/2159032X.2024.2350845>
- Falk, J. H. (2012). The Museum Experience: Who Visits, Why and to What Effect? En G. Anderson (Ed.), *Reinventing the Museum: The Evolving Conversation on the Paradigm Shift* (pp. 317–329). AltaMira Press.
- Falk, J., & Dierking, L. (1992). *The museum experience*. Whalesback Books.
- Farashah, M. D. P., Ghaderi, Z., & Kaya, E. (2026). Identity construction and collective memory: A critical heritage study of Łódź's post-industrial legacy. *Cities*, 170, 106743. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2025.106743>
- Goluža, M., & Bole, D. (2025). From nostalgia to disdain: The contested role of industrial heritage narratives in legitimising post-industrial urban transformation. *Urban Research & Practice*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/17535069.2025.2600477>
- Hernández Hernández, F. (2012). Una aproximación a la definición de la Sociomuseología. *Revista de Museología*, 53, 15–29.
- Navajas, O., & González, J. (2018). La aplicación de la Museología Social en España: desafíos para su implementación en el sureste de la Comunidad de Madrid. *e-cadernos CES*, 30, 39–55.
- Pereira Leite, P. (2012). Sociomuseología y globalización. *Revista de Museología*, 53, 43–54.
- Pérez Castellanos, L. (Coord.). (2016). *Estudios sobre públicos y museos. Volumen I. Públicos y museos, ¿qué hemos aprendido?* Publicaciones ENCRyM.
- Pérez Santos, E. (2000). *Estudios de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Trea.

- Pérez Santos, E. (2013). *La experiencia de la visita al museo*. Laboratorio Permanente de Público de Museos, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Rosa, B. (2024). Industrial obelisks: Working-class memory and Barcelona's chimney-monuments. *Journal of Historical Geography*, 86, 454–465. <https://doi.org/10.1016/j.jhg.2024.07.001>
- Santacana i Mestre, J., & Llonch Molina, N. (2008). *Museo local: la Cenicienta de la cultura*. Trea.
- Scaffidi, F. (2024). Average social and territorial innovation impacts of industrial heritage regeneration. *Cities*, 148, 104907. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.104907>
- Tenzer, M. (2024). Social landscape characterisation: A people-centred, place-based approach to inclusive and transparent heritage and landscape management. *International Journal of Heritage Studies*, 30(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/13527258.2023.2289424>